

PENGARUH *ATTRIBUTES CONSUMER SATISFACTION* TERHADAP
STORE LOYALTY HARTONO ELEKTRONIK BUKIT DARMO
SURABAYA

SKRIPSI



OLEH:
KENNY HADDY
3103008072

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2013

PENGARUH *ATTRIBUTES CONSUMER SATISFACTION* TERHADAP
STORE LOYALTY HARTONO ELEKTRONIK BUKIT DARMO
SURABAYA

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:

KENNY HADDY

3103008072

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2013

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *ATTRIBUTES CONSUMER SATISFACTION* TERHADAP
STORE LOYALTY HARTONO ELEKTRONIK BUKIT DARMO
SURABAYA

Oleh:

Kenny Haddy

3103008072

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan

Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si

Tanggal: 16-11-2012

Pembimbing II,



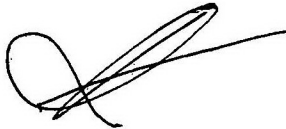
C. Marlina Junaedi, SE., M.Si

Tanggal: 19-11-2012

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Kenny Haddy NRP 3103008072 telah diuji pada tanggal 19 Desember 2012 dan dinyatakan LULUS oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM

NIK : 311.89.0152

Mengetahui:



Dekan

Lodovicus Lasdi, MM

NIK : 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Herlina Yoka R., SE., M.Com

NIK : 311.99.0263

0362

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Kenny Haddy

Nrp : 3103008072

Fakultas / Jurusan : Bisnis / Manajemen

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat merupakan hasil karya pemikiran saya sendiri dan bukan merupakan hasil plagiat.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan sebenarnya. Saya bersedia menerima sanksi apabila terbukti melanggar suatu hal yang tidak sesuai dengan surat pernyataan ini.

Surabaya, 19 Desember 2012



Kenny Haddy

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala anugerah, penyertaan dan kasih karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul **"Pengaruh *Attributes Consumer Satisfaction* terhadap *Store Loyalty* Hartono Elektronik Bukit Darmo Surabaya"** dapat terselesaikan dengan baik. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ekonomi Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Keberhasilan dalam pengerjaan skripsi ini tidaklah lepas dari bantuan dan dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Herlina Yoka R., SE., M.Com selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta banyak memberikan masukan dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis.
4. Ibu C. Marlina Junaedi, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta banyak memberikan masukan dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis.

5. Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.Si. dan Ibu Diyah Tulipa, SE., MM selaku dosen-dosen Rumpun Ritel Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Bapak dan Ibu dosen dan seluruh staff pengajar yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis.
7. Seluruh staff tata usaha Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan staff perpustakaan yang telah membantu selama proses perkuliahan dan kelancaran pengajuan skripsi.
8. Seluruh keluarga saya yang telah memberikan doa, semangat, dan perhatian kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat penulis Andrew, Andrea, Nancy, dan Agus Christianto yang selalu memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis.
10. Semua teman-teman konsentrasi ritel yang telah meluangkan waktu untuk membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis secara jujur mengakui tidak dapat membalas kebaikan-kebaikan semua pihak yang telah disebutkan di atas. Kiranya Tuhan Yang Maha Kuasa dapat memberkati dan membalas semua amal baik dari pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna mengingat terbatasnya pengalaman dan pengetahuan penulis. Oleh karena

itu, saran dan kritik membangun dari berbagai pihak akan sangat membantu penulis untuk memperbaiki penulisan-penulisan berikutnya. Akhir kata, besar harapan penulis kiranya hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan serta dapat menjadi masukan bagi penelitian berikutnya.

Surabaya, 8 November 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Skripsi	7
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	9
2.2.1. <i>Kepuasan Konsumen</i>	9
2.2.1.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Consumer Satisfaction</i>	15

2.2.1.2. Macam-macam atau Jenis Kepuasan Konsumen	17
2.2.1.3. Pengukuran Kepuasan Konsumen ..	18
2.2.1.4. Strategi Demi Kepuasan Konsumen	19
2.2.1.5. Loyalitas Konsumen	21
2.2.1.6. Tahapan Peningkatan Loyalitas Konsumen	23
2.2.2. <i>Kesetiaan Toko</i>	25
2.2.2.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan Toko	26
2.2.2.2. Pengukuran Kesetiaan Toko	28
2.2.3. Hubungan Antar Variabel	29
2.3. Kerangka Konseptual	30
2.4. Hipotesis	31
BAB 3. METODE PENELITIAN	32
3.1. Desain Penelitian	32
3.2. Identifikasi Variabel	32
3.3. Definisi Operasional	33
3.4. Jenis dan Sumber Data	34
3.4.1. Jenis Data	34
3.4.2. Sumber Data	34
3.5. Metode Pengumpulan Data	35
3.6. Populasi dan Sampel	35
3.6.1. Populasi	35

3.6.2. Sampel	35
3.7. Pengukuran Variabel	36
3.8. Teknik Analisis Data	36
3.8.1. Uji Validitas	36
3.8.2. Uji Reliabilitas	37
3.8.3. Analisis Regresi Linier Berganda	37
3.8.4. Asumsi Uji Regresi Berganda	40
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Deskripsi Data Penelitian	44
4.2. Karakteristik Responden	44
4.2.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.2.2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia	45
4.2.3. Karakteristik Responden berdasarkan Status Pekerjaan	46
4.2.4. Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan Tiap Bulan	46
4.2.5. Karakteristik Responden berdasarkan Pembelian Produk	47
4.2.6. Karakteristik Responden berdasarkan Pergi dengan Siapa	48

4.2.7. Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Membeli Produk Elektronik dalam 3 bulan	49
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian	49
4.4. Pengujian Instrumen Penelitian	55
4.4.1. Uji Validitas Kuesioner	55
4.4.2. Uji Reliabilitas Kuesioner	60
4.5. Analisis Data Penelitian	61
4.5.1. Hasil Regresi Linier Berganda	61
4.5.2. Koefisien Korelasi	61
4.5.3. Koefisien Determinasi Simultan	62
4.5.4. Pengujian Asumsi	62
4.5.4.1. Uji Multikolinearitas	62
4.5.4.2. Uji Heteroskedastisitas	63
4.5.5. Uji Kecocokan Model	64
4.6. Pengujian Hipotesis	64
4.7. Pembahasan	65
4.7.1. Pengaruh <i>Attributes related to the product</i> terhadap <i>Store Loyalty</i>	65
4.7.2. Pengaruh <i>Attributes related to the service</i> terhadap <i>Store Loyalty</i>	66
4.7.3. Pengaruh <i>Attributes related to the purchase</i> terhadap <i>Store Loyalty</i>	67

BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	69
5.1. Simpulan	69
5.2. Saran	70
DAFTAR KEPUSTAKAAN	72
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Saat Ini	8
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan ...	46
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Tiap Bulan	47
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk ..	47
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pergi Dengan Siapa ..	48
Tabel 4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli Produk Elektronik dalam 3 bulan	49
Tabel 4.8. Derajat Penilaian Setiap Variabel	50
Tabel 4.9. Statistik Deskripsi Variabel <i>Attributes related to the product</i>	50
Tabel 4.10. Statistik Deskripsi Variabel <i>Attributes related to the service</i>	51
Tabel 4.11. Statistik Deskripsi Variabel <i>Attributes related to the purchase</i>	52
Tabel 4.12. Statistik Deskripsi Variabel <i>Store Loyalty</i>	54
Tabel 4.13. Uji Validitas Variabel <i>Attributes related to the product</i> ...	56
Tabel 4.14. Uji Validitas Variabel <i>Attributes related to the service</i>	57

Tabel 4.15. Uji Validitas Variabel <i>Attributes related to the purchase</i> ..	57
Tabel 4.16. Uji Validitas Variabel <i>Store Loyalty</i>	59
Tabel 4.17. Uji Reliabilitas Jawaban Responden	60
Tabel 4.18. Hasil Statistik Regresi Linier Berganda	62
Tabel 4.19. Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas	63
Tabel 4.20. Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas	63
Tabel 4.21. Pengujian Hipotesis	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Primer

Lampiran 3. Analisis Deskriptif

Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5. Regresi Linier Berganda

Lampiran 6. Pengujian Asumsi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan menganalisa pengaruh dari *Attributes related to the product*, *Attributes related to the service*, dan *Attributes related to the purchase* terhadap *store loyalty*. Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah memberikan masukan kepada pemasar dalam perusahaan sebagai dasar untuk menggunakan berbagai macam atribut-atribut guna memperoleh *store loyalty* di benak konsumen.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari *Attributes related to the product*, *Attributes related to the service*, dan *Attributes related to the purchase*. Sedangkan variabel terikat terdiri dari *store loyalty*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yang artinya teknik pengambilan sampel dilakukan dengan pemilihan responden yang sesuai dengan karakteristik yang telah ditetapkan. Sedangkan teknik analisa yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa H1: *Attributes related to the product* berpengaruh positif terhadap *store loyalty*, H2: *Attributes related to the service* berpengaruh positif terhadap *store loyalty*, H3: *Attributes related to the purchase* berpengaruh positif terhadap *store loyalty*. Hasil temuan dalam penelitian ini bahwa *Attributes related to the product*, *Attributes related to the service*, dan *Attributes related to the purchase* terbukti berpengaruh positif terhadap *store loyalty*.

Kata kunci: atribut-atribut kepuasan konsumen, kesetiaan toko

ABSTRACT

INFLUENCE OF ATTRIBUTES CONSUMER SATISFACTION TO STORE LOYALTY IN HARTONO ELEKTRONIK BUKIT DARMO SURABAYA

This study aims to examine and analyze influence of attributes *related to the product, attributes related to the service and attributes related to the purchase* to *store loyalty*. The benefits from this study is to provide sugesstions to marketers within the company as a basis for using the attributes to gain *store loyalty* in the minds of consumers.

Variables in this study consisted of independent variable and dependent variable. Independent variable consisted of *attributes related to the product, attributes related to the service and attributes related to the purchase*. While dependent variable consisted of *store loyalty*. Sampling technique used in this study is *purposive sampling* which means that sampling is done with the selection of respondent accordance with predetermined characteristics. While the analysis techniques used are multiple linear regression analysis model.

Hypothesis in this study indicate that, H1: *attributes related to the product* has a positive influence on *store loyalty*, H2: *attributes related to the service* has a positive influence on *store loyalty*, H3: *attributes related to the purchase* has a positive influence on *store loyalty*. The results in this study indicate that *attributes related to the product, attributes related to the service and attributes related to the purchase* has positive influence on *store loyalty*.

Keywords: *attributes consumer satisfaction, store loyalty*